

高职院校廉政文化建设的现实困境与破解之道

陈 爽

(江苏旅游职业学院,江苏扬州 225000)

[摘 要]廉政文化作为学校文化重要组成,在立德树人根本问题上,提供了丰富的教育内容。但高职院校廉政文化建设面临概念不清、主体意识不强、措施单一等现实困境。运用品牌管理学理论,结合廉政文化建设理论,提出高职院校廉政文化品牌战略,借鉴企业品牌模型,从品牌认识、品牌认知、品牌认同、品牌“认购”等四个层次进行廉政文化品牌建设。

[关键词]高职院校;廉政文化;困境;品牌建设

[中图分类号] G71 [文献标识码] A

doi:10.3969/j.issn.2096-711X.2023.11.022

[文章编号] 2096-711X(2023)11-0060-03

[本刊网址] <http://www.hbxb.net>

自2005年中共中央颁布《建立健全教育、制度监督并重的惩治和预防腐败体系实施纲要》首次以党内文件的形式提出“廉政文化”概念,并提出要积极推动廉政文化建设进校园,随后又多次颁布文件对廉政文化建设提出明确要求。十多年来,各高校不仅积极探索理论路径,而且开展了丰富多彩的实践活动,取得了一定成效。但是各高校廉政文化建设总体上留给人们的印象是:一次讲座、一幅字画、一篇心得而已,而作为“文化”植根于校园、内化为师生的集体无意识的精神传承却止于形式,流于肤浅了。

一、高职院校廉政文化建设的现实困境

(一)概念不清,内涵模糊

当前高职院校师生中普遍存在着对“廉洁”与“廉政”以及“党风廉政建设”与“廉政文化建设”等内容理解错位的问题。开展廉政文化建设,首要前提是厘清概念。

1.廉洁、廉政

对于“廉”字的解读,《说文解字》曰:“廉,仄也。从广,兼声。”清段玉裁《说文解字注》:“堂之边曰廉。”可见,廉的本义是指堂屋之侧边,即堂屋的侧边见棱见角、方方正正,不含糊、不马虎。“廉洁”一词最早出现于屈原《楚辞·招魂》:“朕幼清以廉洁兮,身服义尔未沫。”东汉王逸《楚辞·章句》注释曰:“不受曰廉,不污曰洁”,即指不接受他人的财物,不使自己清白的品格受到污染。“廉洁”表明的是道德标准、价值取向,一种冰清玉洁的追求和光明磊落的人生态度。

“廉政”一词最早出现于《晏子春秋·问下四》:“廉政而长久,其行何也?”《晏子春秋·内篇杂下》中,则进一步提出:“廉者,政之本也。”《论语》曰:“政者,正也。”“政”即为公平、公正,“廉政”即廉正,以廉为政。《周礼》记载关于“廉”的含义:“一曰廉善,二曰廉能,三曰廉敬,四曰廉正,五曰廉法,六曰廉辨。”按照东汉经学家郑玄的注解即为在评断官吏“六事”之时,“廉”于首要之位。此处的廉更像是一个形容词,指以廉为政,以刚正、端方之行为从事工作、开展活动。

“廉洁”与“廉政”既有联系,又有区别。廉洁是根基,是

人格表达,体现的是人的自我修养和道德情操。以廉施政,不仅包含政治生态之清正廉洁、从政行为之公正无私、职场风气之正直良善,还包含个人作风之廉洁正派。

2.党风廉政建设、廉政文化建设

党风即党的作风。党风廉政建设是中国共产党开展端正党风的一系列的活动,即用无产阶级的世界观、方法论在党组织和党员中培养良好的工作作风,纠正不正之风,宣传党的优良作风,用党的优良作风对广大党员进行经常性的教育,运用党的纪律惩处使不正之风始终处于监控之下的建设。2013年,党的十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中明确提出:“落实党风廉政建设责任制,党委负主体责任,纪委负监督责任。”党风廉政建设的责任主体是各级党政领导班子及其成员,党委主要负责人是第一责任人。党风廉政建设是关系到执政党生死存亡的重大问题。

廉政文化是中华优秀传统文化的组成部分,是中华文明史中历久弥新的思想清源。高职院校廉政文化建设主体明确,学校管理者、教师和学生皆为主体,缺一不可,文化内涵丰富,包括物质层面、精神层面、制度层面、行为层面等,建设核心是师生廉政文化素养的养成。

廉政文化建设与党风廉政建设关系密切,它是加强党风廉政建设的途径和有效的方法,它不仅丰富了党风廉政建设的内涵,而且能促进党员领导干部提升廉政文化素养、增强拒腐防变的能力。

(二)主体意识不强,被动参与

针对几所高职院校关于廉政文化建设状况调查的结论可知,廉政文化建设主体意识虽然有所增强,但仍然不到位。体现在实际工作中,如果没有学校纪检部门的组织安排,有相当比例的人员不会主动组织或参加廉政文化建设活动,甚至有相当比例的师生可能存在未参加过廉政文化建设活动的现象。可见,高职院校内部各部门之间缺乏协作配合、廉政文化建设成了纪检监察部门的“单打独斗”“单兵突进”。

收稿日期:2022-8-17

基金项目:本文系2020年江苏省高校“大学素质教育与数字化课程建设”专项课题“高职院校廉政文化品牌建设研究——以旅游类高职院校为例”(项目编号:2020JDKT084);2021年江苏省教育纪检监察学会研究课题“中国传统廉政文化对高职院校廉政文化品牌建设的启示研究”(项目编号:JJXH20210041)。

作者简介:陈爽(1968—),女,江苏扬州人,副教授,研究方向:职业院校语文教育与教学研究、廉政文化研究。

(三)措施单一,未成体系

调研中发现大部分师生参加的廉政文化建设活动仍然是一些传统的、单一的、可操作的显性载体。一方面说明高职院校廉政文化建设载体较少,师生参与机会不多,另一方面也表明建设载体缺乏吸引力,师生仅是为了完成任务而选择较为简单的载体参加。可见,高职院校在廉政文化建设方面缺乏顶层设计,缺乏建设规划,未建立有效的文化建设机制、激励机制、监督管理机制、考核机制、保障机制等,因而廉政文化建设处于有形式、缺内容,有教育、缺成效,有行动、缺保障的浅层次阶段,与新时代对廉政文化建设的要求还有一定的差距。

二、高职院校廉政文化建设的破解之道

高职院校是培养德智体美劳全面发展的社会主义事业建设者和接班人的重要场所,是传承人类文明的重要场所、是弘扬社会主义先进文化的重要阵地,作为学校文化重要组成部分的廉政文化,在立德树人的根本问题上,提供了丰富的教育内容。每所学校都有其独特的优质禀赋,在学校的发展过程中必然积累沉淀了具有本校个性和特色的文化内核,它已经成为一种烙印留在师生心中。这就是学校“品牌”。而这种“品牌”在未被激活之前,它隐性存在。

“品牌”一词源于古挪威文字,意思是“烙印”。品牌的真谛即“在消费者心中留下烙印”。有人说,信息时代的竞争是品牌的竞争。作为学校文化组成部分的廉政文化,必须实施品牌战略才能真正破解目前面临的建设困境。

(一)廉政文化品牌建设优势

1.品牌建设之于学校形象的影响力

余秋雨先生认为“文化”“是一种成为习惯的精神价值和生活方式。它的最终成果,是集体人格。”心理学家荣格将集体人格解释为“秉持了一定精神价值观的人群,长期在一起工作生活,形成了一定的行为习惯,进而产生的集体无意识。”那么廉政文化可以理解成一种“怀瑾握瑜、心若芷萱”的价值取向和“善、能、敬、正、法、辨”的行为方式。在高职院校,这种集体无意识就是广大师生所蕴含的廉政文化素养。

廉政文化作为学校文化的组成部分,在品牌的塑造、培育过程中,必然一方面汲取、凝结、整合蕴含于全校师生内部的精神力量、精神价值以及集体无意识,另一方面又通过外在的制度文化、物质文化、精神文化、行为文化等层面建设,在学校创造出由廉政文化支撑起来的清朗空间,这就形成了具有学校特色的廉政文化生态。师生廉政文化素养的提高,影响着学校文化形象的塑造。廉政文化品牌的形成,会为彰显学校品牌效应提供有力支撑。

2.文化品牌建设之于学校文化的凝聚力

廉政文化品牌有别于商业品牌。它是以形成品牌为目标,在丰富、多元同时又有点杂乱的各种高校廉政文化中提取、总结、凝练高校廉政文化特色,加以包装,借助高校各种介质宣传与推广,以品牌形式展现廉政精神的核心。品牌建设是一个长期、系统过程,从识别体系设计到品牌定位,从品牌意识培养到形成建设合力等,都会使师生产生一种认同感和归属感。廉政文化品牌所蕴含的价值理念、精神追求,会形成强大凝聚力,在提升师生廉政文化素养方面中发挥着巨大的作用。

3.文化品牌建设之于学校精神的传承力

廉政文化品牌又有着与商业品牌相同的“品牌”特性,即品牌一旦形成,就会相对稳定并长期存在,具有较强的持续力。廉政文化品牌建设非一朝一夕,需经学校几代人不懈的打造、培育、积淀,而品牌中所蕴含的廉洁理念、廉政精神必将成为学校精神一代一代传承下去。

(二)廉政文化品牌建设策略

1.树立品牌意识

领导者的品牌意识是奠定学校品牌的基石。树立廉政文化品牌意识,就是指高职院校领导者在充分了解与认知廉政文化品牌的基础上,以品牌项目的建设理念,将廉政文化品牌建设纳入学校总体的惩防体系建设各项工作之中,坚持系统性、独特性、实效性原则,对廉政文化品牌建设方案进行总体规划,全面部署廉政文化品牌建设工程,组织学校各单位、各部门对廉政文化品牌进行宣传、发动,树立全校师生廉政文化品牌建设意识,将师生融入到品牌建设工程之中,并对品牌进行维护。

树立廉政文化品牌意识,重点在于做好顶层设计。要注重廉政文化品牌建设教育性、引导性、职业性、凝聚性、辐射性等特点,注重将廉政文化品牌建设与校园文化、思想文化、专业文化、企业文化等建设相结合,形成廉政文化品牌建设总体目标,全校各单位、各部门都赋予相应的建设任务,将廉政文化品牌建设纳入全校日常工作之中,成为全校的共同目标。

树立廉政文化品牌意识,保障在于对廉政文化品牌的维护。文化品牌维护与商业品牌维护有相似之处,即通过对品牌产品或服务质量的不断提升,来增强服务对象(师生)的体验感和认可度。高职院校领导者需转变管理理念,由单向管理模式向多元化立体服务模式转变,更多以服务对象的适应性、感染性、实效性、获得感等为抓手,使得廉政文化品牌更具有认可度、联想度和忠诚度。

2.明确品牌定位

品牌战略的关键是品牌定位。高职院校要充分发挥本校文化的优质禀赋,合理定位,才能彰显本校廉政文化品牌的功效。廉政文化品牌定位着重把握四个原则:一是传承性:致力于学校内在精神、独特文化的传承,与立德树人根本任务相结合,不断丰富品牌内涵价值;二是地域性:充分挖掘地域文化资源,将地域优势纳入学校品牌建设之中,使品牌培育充满生机和活力;三是职业性:依托本校特色专业,将品牌建设与专业建设有机融合,将“职校人”人性、需求、品质融入品牌建设;四是针对性:高职院校廉政文化建设三大主体(管理者、教师、学生)之间在年龄、经历、教育水平、兴趣爱好、接受方式等方面存在着诸多差异,因此,品牌建设需根据三大主体不同特点,针对性定位教育,才能最大化发挥各自力量。

3.注重品牌管理

高职院校廉政文化品牌建设是一个系统性工程,它覆盖到学校各个领域各个层面,需要从整体上规划、管理。品牌管理需注重三项机制:一是协同机制。党委统一领导,纪委组织协调,各单位、各部门协同联动,拓宽师生参与廉政文化品牌建设渠道,最大化发挥品牌建设合力;二是监督机制。

高职院校廉政文化建设作为党风廉政建设的重要内容,在品牌推进过程中,需要不断完善内部监督机制,尤其要建立腐败“发现”机制和预警机制,充分发挥民主监督的作用,这是提高高职院校文化品牌建设监督力度和监督效果的有效措施;三是考核机制。高职院校应将廉政文化品牌建设纳入党风廉政建设目标责任制考核及校园文化建设目标考核之中。

4. 强化品牌传播

品牌传播是品牌生命力的基础,也是品牌形象打造的关键环节。高职院校须整合学校各类资源,为品牌宣传交流提供平台和条件。品牌传播有两个维度:一是对内(师生)传播。高职院校要充分利用学校丰富教育资源,通过思政课程、专题教育、文化活动、社团活动、社会实践活动等方式,加大对品牌的宣传,将廉政品牌寓于传播过程之中,广大师生融入于心,不仅成为品牌接受者,更成为品牌传播者;二是对外传播。高职院校需加大对各类宣传媒体的投入,充分利用各类宣传媒介,重点宣传本校廉政文化品牌建设。高职院校廉政文化品牌建设对于学校形象塑造,以及突围“同质化”办学有着极其重要的彰显作用。

(三) 廉政文化品牌建设实践

品牌营销中有一种观点认为“品牌在人心起作用,品牌就是一种心理现象”,企业借此建立起自己的品牌模型。高职院校可借鉴这种模型,实施于廉政文化品牌建设实践,四个层次培育、打造品牌。

1. 品牌认识

廉政文化品牌建设,首先要解决“这是什么”的问题。高职院校可以通过廉政文化品牌及标识设计比赛,激励广大师生积极参与对品牌名称与标识的设计,一方面能激发师生对廉政文化品牌的关注以及对廉洁理念、廉政精神的思考,另一方面随着品牌与标识的产生能使师生对品牌内涵产生记忆和认识。识别系统作为文化品牌强有力支撑,它不仅有利于文化品牌传播,同时也是一种新的思维交流方式。

2. 品牌认知

廉政文化品牌培育离不开战略设计和规划。高职院校领导者承担着对品牌统筹和管理的职责。在做好廉政文化品牌战略规划之际,统筹全校各单位围绕战略中心,协同合作,共同培育廉政文化品牌,同时加大对品牌建设的基础设施、建设资金的支持力度,为廉政文化品牌建设提供有力保障。

高职院校各单位是组织开展廉政文化活动的主体。在品牌建设实践中,充分挖掘校园文化、专业文化、地域文化、非遗文化、传统文化等廉政文化教育资源,将廉政文化融入课堂、融入活动、融入社会实践、融入传播平台等,将廉政教育贯穿学校教育全过程。

高职院校师生不仅是品牌教育活动的参与者、受众者,也是品牌的传播者。应着力提高师生参与品牌建设的意识,利用渗透式、沉浸式、体验式等多种方式,激发师生的积极性和主动性。

廉政文化品牌培育过程,就是一个对品牌不断了解、理解、认知的过程。

3. 品牌认同

认同才能体现品牌价值的最大化。对廉政文化品牌的认同感来自于两个方面:一是领导者个人的认同。作为品牌建设的关键主体,首先要对廉政文化品牌有认知,肯定品牌建设的重要意义和作用,并积极践行;二是师生的认同。师生群体对廉政文化品牌建设的重要意义、建设成效以及自我廉政文化素养提高所带来的获得感予以肯定,这种认同具有长久性。

4. 品牌“认购”

廉政文化品牌经过多年培育,品牌价值不断提升。学校良好的生态环境中不断发展,师生廉政文化素养得以显著提高。一届届毕业生,在各自的工作岗位上所体现出的良好廉政文化素质,不仅为学校廉政文化品牌增加价值成分,学校形象也因品牌的传播而体现出独特气质,产生良好的社会效应。

参考文献:

- [1] 刘怀青. 高校廉政文化品牌建设研究[D]. 南昌: 南昌航空大学, 2014.
- [2] 陈金波, 荣欣. 新形势下高校廉洁文化建设的困境与对策[J]. 廉政文化研究, 2013(4): 66-74.
- [3] 吕华君, 黄伟. 新时期我国廉政文化建设研究综述[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2014(7): 6-8.
- [4] 刘永丰, 宋美琴, 杜放生. 高校内部监督力度和监督效果分析[J]. 成都理工大学学报: 社会科学版, 2004(4): 18.

Practical Dilemmas and Solutions to the Construction of a Culture of Integrity in Higher Vocational Colleges

CHEN Shuang

(Jiangsu College of Tourism, Yangzhou Jiangsu 225000, China)

Abstract: As an important component of school culture, clean government culture provides rich educational content on the fundamental issue of moral education. However, the construction of a culture of integrity in higher vocational colleges is faced with such practical difficulties as unclear concept, weak subject consciousness and single measure. Based on the theory of brand management and the construction of a culture of integrity, this paper puts forward the brand strategy of a culture of integrity in higher vocational colleges, draws lessons from the brand model of enterprises, and carries out the brand construction of a culture of integrity from the four levels of brand recognition, brand recognition, brand identity and brand “subscription”.

Key words: higher vocational colleges; a culture of integrity; dilemma; brand construction

(责任编辑: 范新菊)